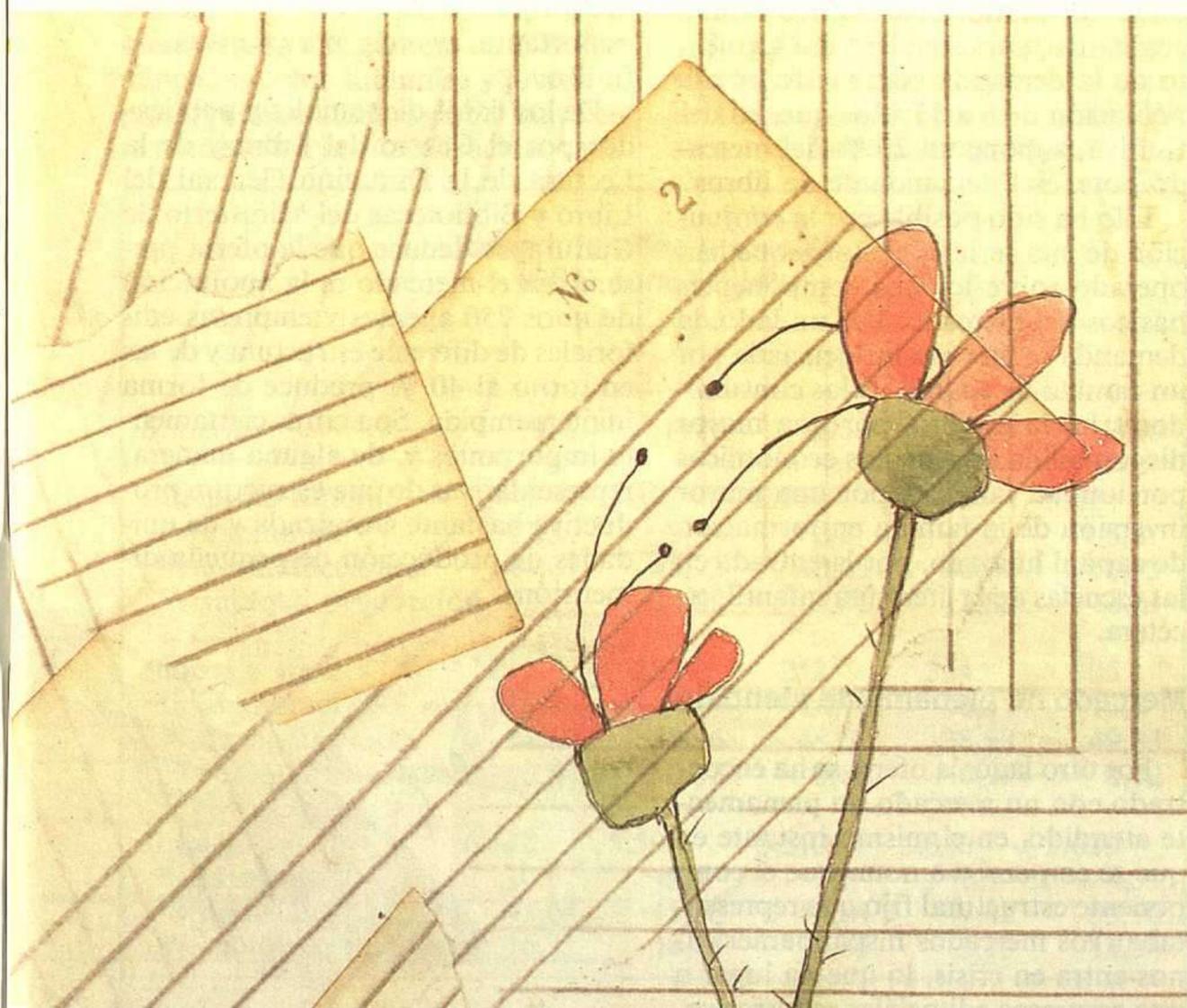


PANORAMA

Informe del Centro del Libro y de la Lectura

por Carmen Lacambra Montero*



MABEL PIÉROLA, EL ASUNTO DE MIS PAPÁS, DESTINO, BARCELONA, 1991.

Presentamos a continuación un informe elaborado por el Centro del Libro y de la Lectura del Ministerio de Cultura en el que se ofrecen y comentan los datos del subsector infantil y juvenil español correspondiente al año 1990.

Puede afirmarse que el subsector de libros infantiles y juveniles, con independencia de su importancia cuantitativa, ocupa en los momentos actuales un lugar de privilegio en la producción editorial española contemplada desde un punto de vista cultural, pedagógico y formativo.

Es importante resaltar que la tarea de formar lectores e inculcarles un hábito de lectura permanente debe de iniciarse desde el mismo momento en que se toma contacto con la escuela, ya que como ha señalado el académico Fernando Lázaro Carreter «la afición a la lectura y la aptitud para leer no son disposiciones innatas, por lo que se hace necesario primero crearlas durante la infancia y primera juventud y, posteriormente, estimularlas».

Precisamente, la encuesta de hábitos culturales de la población española, realizada por el Ministerio de Cultura en 1985, al analizar la edad en que los españoles empiezan a leer, pone en evidencia dos aspectos que pueden ser de interés resaltar en este momento. Dichos aspectos son:

—Sólo el 44 % de los españoles han declarado iniciarse a la lectura de libros/cuentos entre los 6 y 13 años.

—Los que se inician a la lectura en la más temprana edad son, pasado el tiempo, los que mantienen un hábito lector más permanente.

Sin embargo, todo lo anterior pone en evidencia que es mucho el camino que queda por recorrer, si se tiene en cuenta que el 56 % de los españoles se inician a la lectura después de los 13 años y que es precisamente en el tramo de edad de 6 a 13 años, en el que debe realizarse el mayor esfuerzo para «captar lectores».

No puede ocultarse que las campañas de fomento de la lectura que se han venido desarrollando entre la población de la primera etapa escolar, basadas en regalar lotes de libros a los centros escolares y eslógans más o menos incisivos llevados a carteles y pe-

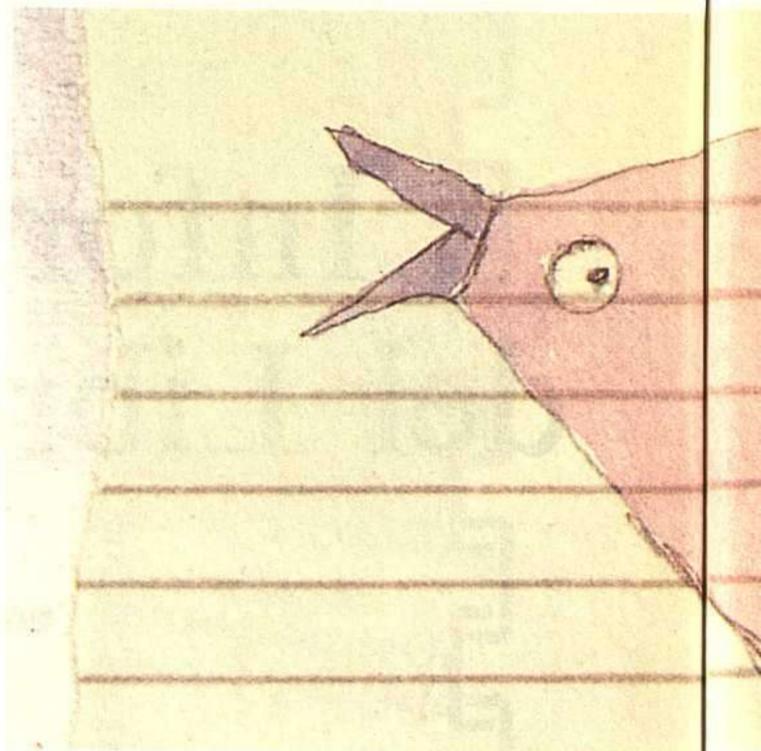
gatinas, son lo suficientemente útiles como para «atrapar» lectores y fomentarles el hábito permanente de la lectura. Es necesario llevar a la escuela, y para toda la etapa de EGB, monitores que enseñen a leer, a apreciar y querer al libro, a inculcar en el alumno que el libro es «su amigo» y que la lectura puede ser divertida. Sólo así, estableciendo una relación de «amistad» hacia el libro, se pueden crear hábitos de lectura permanentes y constantes, mientras que, por otro lado, es la forma más idónea para inculcar a temprana edad la afición a la lectura.

Pero junto a estas matizaciones, compartidas por cuantos estudian o trabajan en el campo de la literatura infantil, se hace preciso señalar que en los últimos quince o veinte años la industria editorial ha realizado un gran esfuerzo, tanto cuantitativo como cualitativo, para atender a ese segmento de la demanda compuesto por la población de 6 a 13 años que, en definitiva, supone un 20 % del mercado potencial demandante de libros.

Ello ha sido posible por la conjunción de una serie de factores que han operado sobre los dos componentes básicos del mercado. Por un lado, la demanda se ha visto influenciada por un cambio de actitud de los consumidores hacia el libro, por una mayor disponibilidad de medios económicos por unidad familiar, por una mayor inversión de la familia en formación de capital humano, por la entrada en las escuelas de la literatura infantil, etcétera.

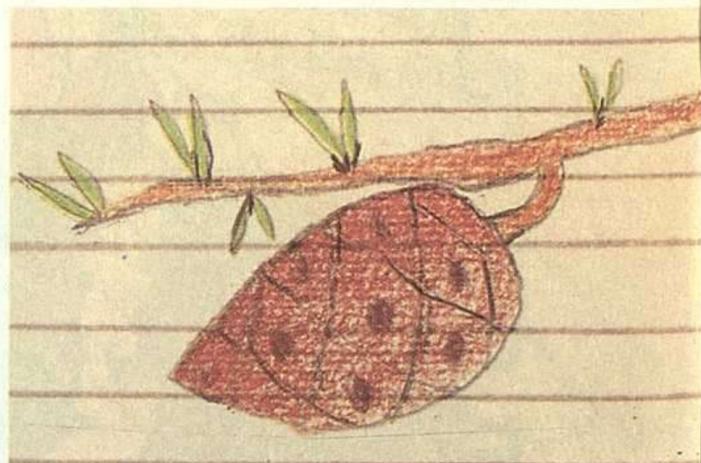
Mercado no plenamente atendido

Por otro lado, la oferta se ha encontrado con un mercado no plenamente atendido, en el mismo instante en que se empezaba a notar que el componente estructural fijo que representaban los mercados hispanoamericanos entra en crisis, lo que da lugar a que empresas editoriales se introduzcan en este mercado con fuerza y sur-

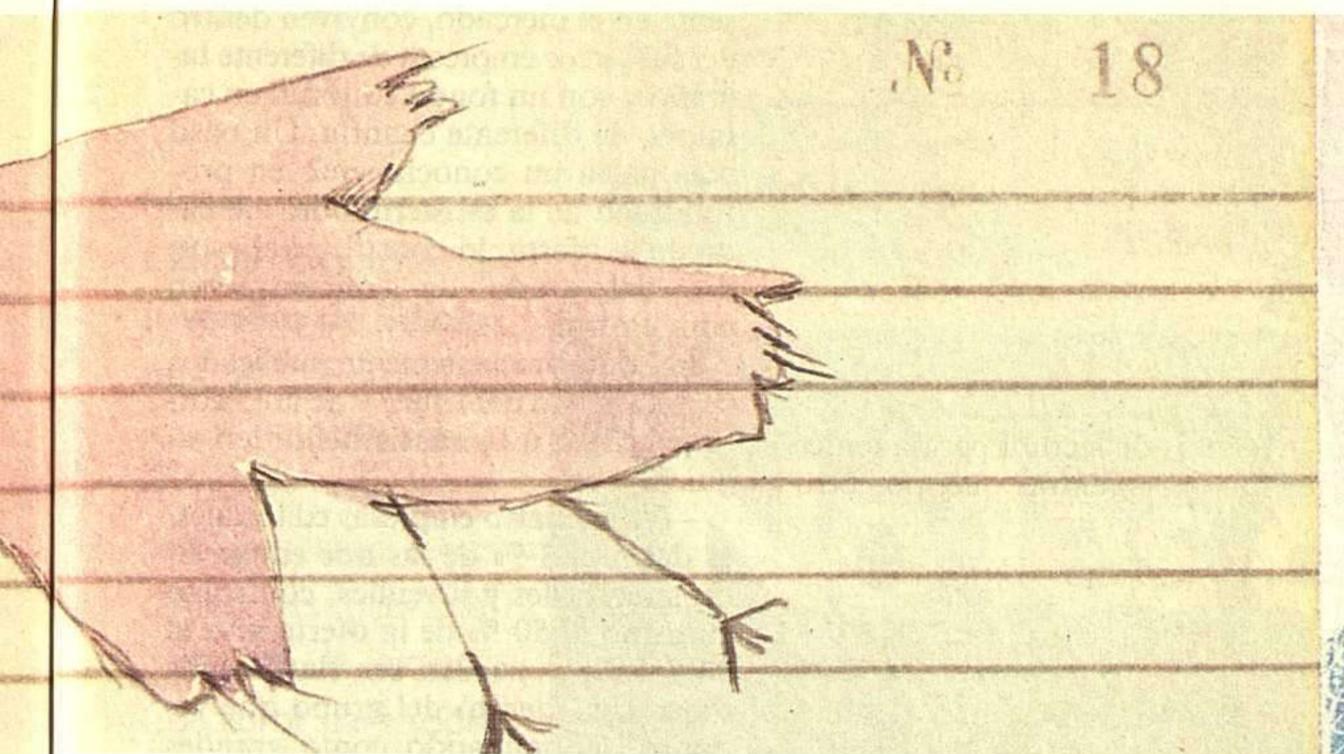


jan proyectos editoriales ciertamente importantes y con perspectivas de futuro.

De los datos disponibles y publicados por el Centro del Libro y de la Lectura de la Dirección General del Libro y Bibliotecas del Ministerio de Cultura, se deduce que la oferta presente en el mercado es la aportación de unos 750 agentes y empresas editoriales de diferente estructura y de las en torno al 40 % produce de forma ininterrumpida. Son cifras ciertamente importantes y, de alguna manera, representativas de una estructura productiva bastante atomizada y de unidades de producción de pequeña dimensión.



M. PIÉROLA, EL ASUNTO DE MIS PAPÁS, DESTINO, BARCELONA, 1991.



MABEL PIÉROLA, EL ASUNTO DE MIS PAPÁS, DESTINO, BARCELONA, 1991.

La oferta de los últimos años, representada por el número de ISBN catalogados como infantiles y juveniles, presenta en su análisis global una cierta tendencia a la estabilización, espe-

cialmente tras la caída de los años 1987 a 1989, lo que puede dar lugar a la interpretación de que se ha tocado techo en la expansión de este subsector de la edición española.

Libros infantiles y juveniles ISBN concedidos

Materias	Años				
	1986	1987	1988	1989	1990
Literatura infantil	5.945	5.392	5.258	4.986	5.324
% interanual	12,3	-9,3	-2,5	-5,2	+6,8
% de traducciones	44,04	45,73	40,65	48,01	50,75
% subtotal producción	16,10	-13,89	13,35	12,88	12,61
Tebeos y cómics	237	203	252	354	305
% interanual	-16,8	-14,4	24,1	40,5	-13,8
% de traducciones	34,60	35,96	48,0	38,98	49,83
% subtotal producción	0,64	0,52	0,62	0,91	0,72
Total	6.182	5.595	5.510	5.340	5.629
% interanual	10,8	-9,5	-1,5	-3,1	+4,5
% de traducciones	43,64	45,38	42,84	47,42	50,70
% subtotal producción	16,75	14,41	13,65	13,79	13,34

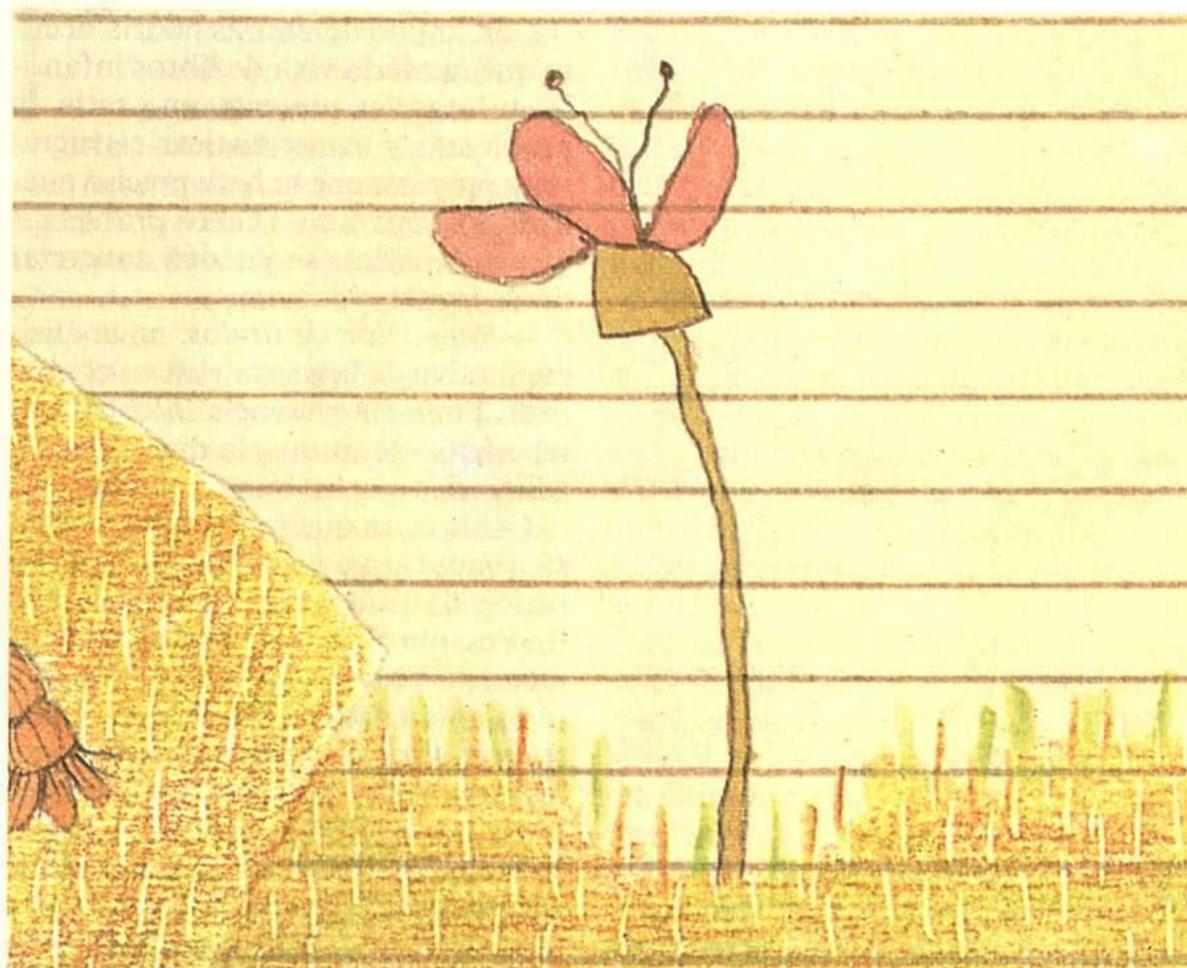
Fuente: Centro del Libro y de la Lectura del Ministerio de Cultura.

Con ánimo de síntesis podría decirse que la oferta viva de libros infantiles y juveniles presenta una serie de problemas y características estructurales propios, que se hace preciso analizar por separado. Dichos problemas y características se pueden concretar de la forma siguiente:

—*Repetición de títulos*: un análisis cualitativo de la oferta viva en el mercado pone en evidencia la constante repetición de títulos, la diversidad de editoriales que los han producido, etc.

Cualquiera que pudiera ser la causa o causas que justifiquen esta reiteración de títulos en la oferta de este tipo de libros, parece evidente que el mercado no ofrece productos sustitutivos con atractivo y fuerza suficientes como para renovar los tradicionales hábitos de compra. Un análisis de las causas justificaría la distinta extensión de los textos en función de la edad del posible público lector, si bien una explicación más plausible puede encontrarse tanto en razones de planificación comercial de las empresas editoras como en la forma en que los libros infantiles llegan a manos del destinatario final. La encuesta realizada en 1980 por la Subdirección General de Estadística e Informática de la Secretaría General Técnica del Ministerio de Cultura, indica que «la mitad de los libros y cuentos comprados para la población infantil son adquiridos por los padres, mientras que los propios niños sólo deciden una tercera parte de las publicaciones compradas», lo que viene a confirmar que los padres imponen sus gustos y adquieren aquellos libros clásicos y tradicionales de la literatura infantil que leyeron en su juventud.

—*Importancia de las traducciones*. Con independencia de la calidad de los textos traducidos y su adecuación a la población infantil, lo que no puede aceptarse como dogma de fe en todos los casos, lo cierto es que la «abundancia» de traducciones tiene su origen en la propia política editorial de las empresas del sector. Es ló-



MABEL PIÉROLA, EL ASUNTO DE MIS PAPÁS, DESTINO, BARCELONA, 1991.

gico que las empresas editoriales traten de reducir el margen de riesgo que toda actividad empresarial comporta, y que opten por traducir a nuestra lengua aquellos libros cuya aceptación en otros mercados está suficientemente comprobada. Sin embargo, no es menos cierto que esta actitud empresarial, comprensible desde una óptica microeconómica, comporta el riesgo evidente de postergar a los autores e ilustradores españoles, cuya calidad está suficientemente contrastada internacionalmente.

La simple contemplación de los datos reseñados en el cuadro anterior pone en evidencia algunos extremos que conviene resaltar:

—La producción de autores españoles sigue siendo mayoritaria, con una aportación en torno al 50 % del total de libros editados en los últimos años.

—No obstante, los índices de crecimiento que se reflejan en el citado cuadro, indican de forma clara e ine-

quívoca que los libros traducidos ganan terreno a los originales escritos en español.

La situación actual reflejada en los puntos anteriores empieza a ser preocupante en dos sentidos. El primero es la serie de oportunidades que se restan a la creatividad de autores e ilustradores españoles, y el segundo, la entrada de textos especialmente escritos para jóvenes educados en un diseño sociocultural, en los que los valores, costumbres y tradiciones difieren de los aceptados en la sociedad española. En cualquier caso, y desde un punto de vista estrictamente económico y prescindiendo de valores subjetivos, lo cierto es que están pagando a editoriales extranjeras derechos de autor, derechos de edición, etcétera, que, salvo excepciones, no tienen fundamento cultural suficiente que lo justifique.

—*Concentración de la oferta.* Indudablemente, y como ya ha quedado reflejado al analizar la oferta viva pre-

sente en el mercado, conviven dentro del subsector empresas de diferente tamaño y con un fondo editorial en catálogo de diferente cuantía. Un paso más hacia un conocimiento en profundidad de la estructura del mercado de la oferta, lo constituye el estudio del grado de concentración empresarial.

Los datos recientemente publicados por el Centro del Libro y de la Lectura permiten un análisis del orden siguiente:

—Veinticuatro empresas editoriales, es decir, el 3 % de las que editan libros infantiles y juveniles, controlan en torno al 50 % de la oferta viva el 30/IV/89, y pueden ser clasificadas todas ellas dentro del grupo que venimos denominando como grandes empresas editoriales.

—El número de empresas con menos de cinco títulos de fondo editorial se eleva a la impresionante cifra de 336, lo que supone el 46 % de las censadas como editoras de libros infantiles y juveniles.

—Por debajo de los cincuenta títulos en oferta viva de literatura infantil y juvenil el 30/IV/89 se encuentra la no menos impresionante cifra de 548 agentes editores, es decir, el 76 % de los que se dedican a la publicación de libros infantiles y juveniles, que han puesto en el mercado sólo el 13 % de la oferta viva de esta línea de la edición española.

No es necesario profundizar más en el análisis de las cifras expuestas, para llegar a la evidente conclusión de que la oferta se encuentra concentrada en unas pocas empresas editoriales. La situación es similar a la que presenta la oferta viva total del conjunto editorial, si bien en el caso de los libros infantiles y juveniles se acentúa aún más el grado de concentración o predominio. ■

* Carmen Lacambra Montero es directora del Centro del Libro y de la Lectura del Ministerio de Cultura.